

2015年3月期 IR資料

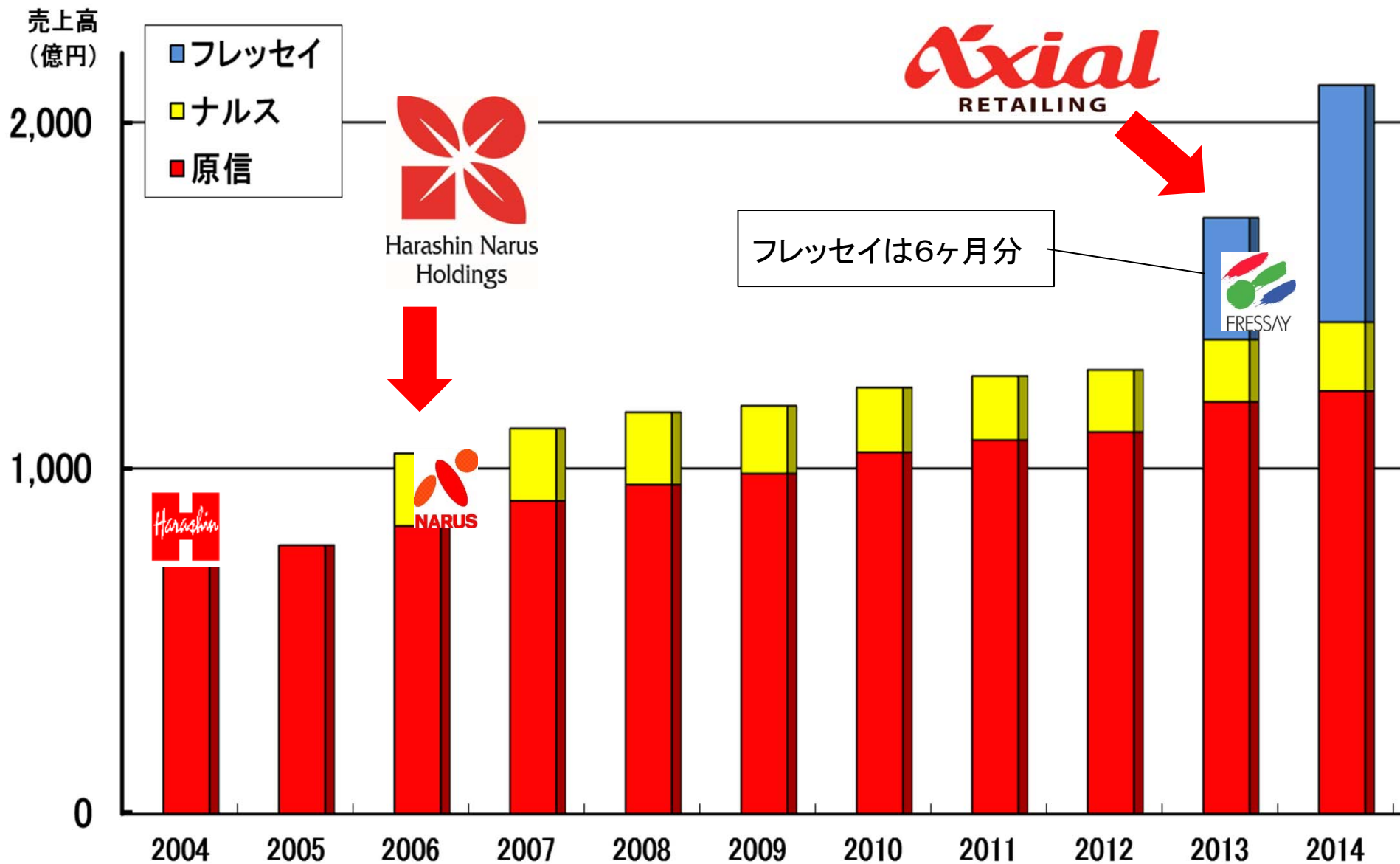
いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

ご説明する内容

1. 業績の概要
2. 最近の売上動向
3. 経営の体系
グループ経営理念、ビジョン、中期経営計画
4. 最近の取り組み
統合効果、商品政策、自動発注など
5. 配当政策

売上高推移



全国 食品スーパー 売上高ランキング

2014年度決算数値（金額単位：百万円）

1	東京	ライフコーポレーション	584,984	14	東京	いなげや	240,304
2	北海道	アークス	470,310	15	アクシアルリテイリング	212,611	
3	福島	ヨークベニマル	*2 390,492	16	静岡	マックスバリュ東海	206,666
4	東京	マルエツ	347,396	17	東京	東急ストア	*2 196,861
5	岐阜	バロー	333,307	18	香川	マルナカ	*1 180,522
6	埼玉	ヤオコー	307,354	19	愛知	マックスバリュ中部	164,944
7	群馬	ベイシア	*1 288,025	20	埼玉	ベルク	161,125
8	大阪	万代	*1 279,357	21	神奈川	三和	*1 150,800
9	和歌山	オークワ	272,195	22	福岡	マックスバリュ九州	141,936
10	広島	マックスバリュ西日本	269,752	23	福岡	サンリブ	*1 137,925
11	東京	オーケー	*2 262,834	24	東京	ヨークマート	*1 129,305
12	茨城	カスミ	250,258	25	鹿児島	タイヨー	*1 128,693
13	東京	サミット	*2 235,220	26	兵庫	関西スーパーマーケット	118,923



店舗数 75店
売上高 1,434億

新潟県
68店舗

富山県
2店舗

長野県
5店舗

埼玉県
3店舗

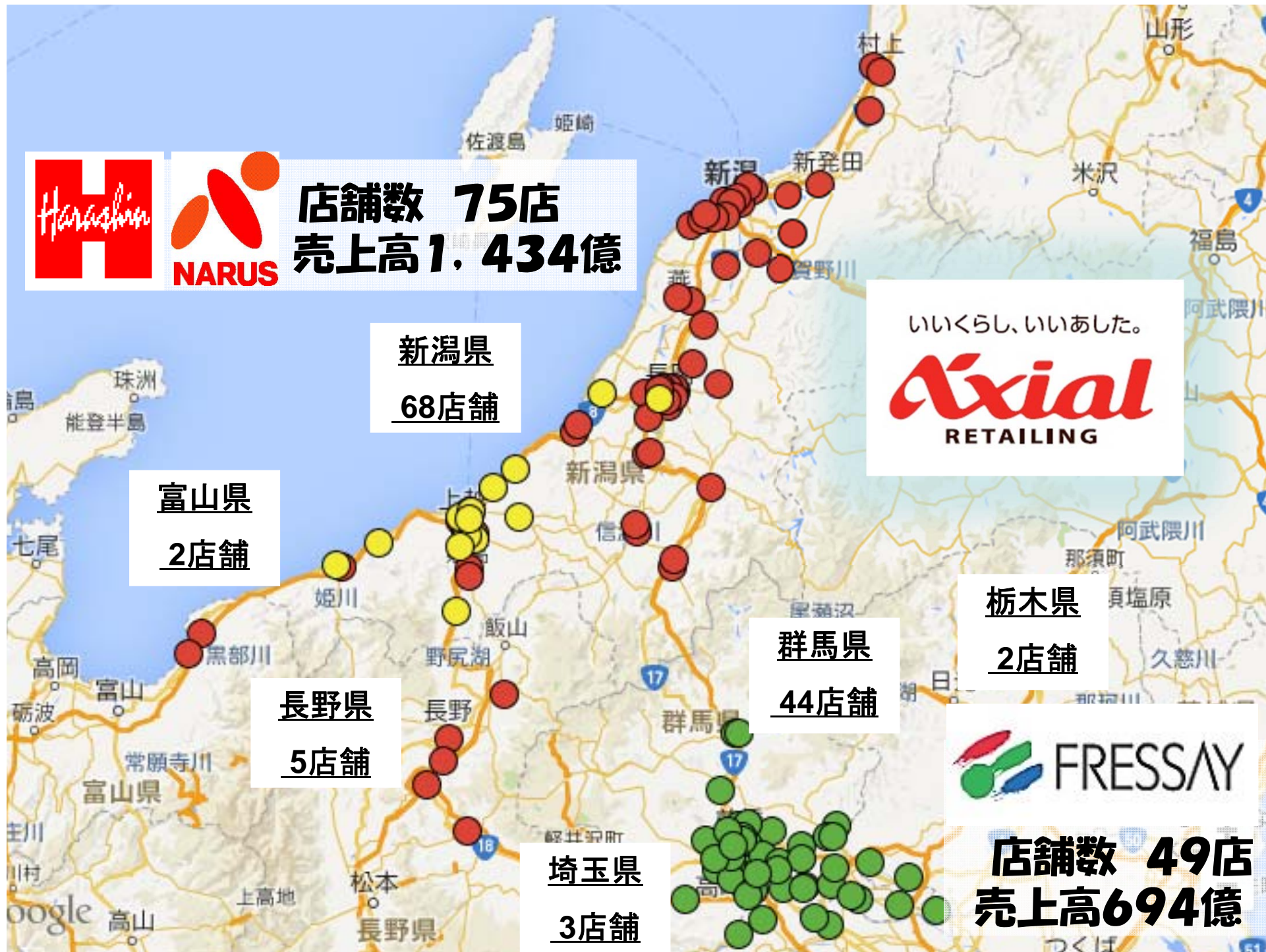
群馬県
44店舗

栃木県
2店舗



店舗数 49店
売上高 694億

いいくらし、いいあした。



1. 業績概要

(単位:百万円)

項目	2014/3期	2015/3期	増減率	
売上高	172,392	212,611	+23.3%	新店、既存店堅調 フレッセイ上半期分増加
売上総利益	45,890 (26.6%)	57,860 (27.2%)	+26.1%	経営統合効果 DC稼働効果、ロス削減
販管費	40,371 (23.4%)	51,195 (24.1%)	+26.8%	新店・改装経費増 人件費、光熱費増加
営業利益	5,518	6,665	+20.8%	予想 58億円
経常利益	5,762	6,780	+17.7%	予想 58億円
当期純利益	2,829	3,296	+16.5%	予想 30億円 減損損失7億計上
1株当配当	38	40	+2	予想 38円
ROA	8.0%	7.5%	△0.5%	経常利益/(期首+期末総資産)÷2
既存店伸率	2.5%	△0.0%		新店:Hは原信 Nはナルス Fはフレッセイ
開店店舗数	3	5		F新町(高崎市)、H篠ノ井東(長野市)、N南高田 (上越市)、H荒川(村上市)、H五十嵐東(新潟市)
閉店店舗数	0	2		閉店: F(旧)新町(高崎市)、N半田(柏崎市)

参考：グループ別業績概要

(金額単位：百万円)

	原信ナルス			フレッセイ		
	2014/3期	2015/3期	増減率	2014/3期*	2015/3期	増減率
売上高	137,279	143,446	+4.5%	35,208	69,472	+97.3%
既存店売上高伸率	+2.2%	+0.3%		+3.4%	△0.5%	
売上総利益	36,306 (26.4%)	38,883 (27.1%)	+7.1%	9,637 (27.4%)	18,947 (27.3%)	+96.6%
販管費	31,608 (23.0%)	33,866 (23.6%)	+7.1%	8,667 (24.6%)	17,320 (24.8%)	+99.9%
営業利益	4,697 (3.4%)	5,017 (3.5%)	+6.8%	970 (2.8%)	1,626 (2.3%)	+67.5%
経常利益	4,900 (3.6%)	5,112 (3.6%)	+4.3%	964 (2.7%)	1,606 (2.3%)	+66.6%
当期純利益	2,597 (1.9%)	2,960 (2.1%)	+14.0%	329 (0.9%)	361 (0.5%)	+9.7%

*フレッセイの2014/3期は統合後の6ヶ月(2013/10～2014/3)

今期予想

(金額単位:百万円)

項目	連結	増減率	グループ別の目安			
			HN	増減率	F	増減率
売上高	218,000	+2.5%	148,000	+3.2%	71,000	+2.2%
営業利益	6,800	+2.0%	5,300	+5.6%	1,500	△7.7%
経常利益	6,900	+1.8%	5,400	+5.6%	1,500	△6.6%
純利益	3,800	+15.3%	3,000	+1.4%	800	+121.6%
開店・閉店	開店3店	閉店0	開店 1	閉店 0	開店 2	閉店 0
1株当配当	48円	+8円	* 投資計画額45億、減価償却費36億			

予測前提	2015年3月期 実績			2016年3月期 予想		
	(上期)	(下期)	(通期)	(上期)	(下期)	(通期)
全店	+2.9%	+2.8%	+2.9%	+2.9%	+2.1%	+2.5%
既存店	+0.6%*	△0.6%	△0.0%	△0.3%	△0.4%	△0.4%
1品単価100 点数101→客単価101						

出店・閉店

前期新店

今期新店

H 荒川(11月)

H 女池(9月)

H 五十嵐東(12月)

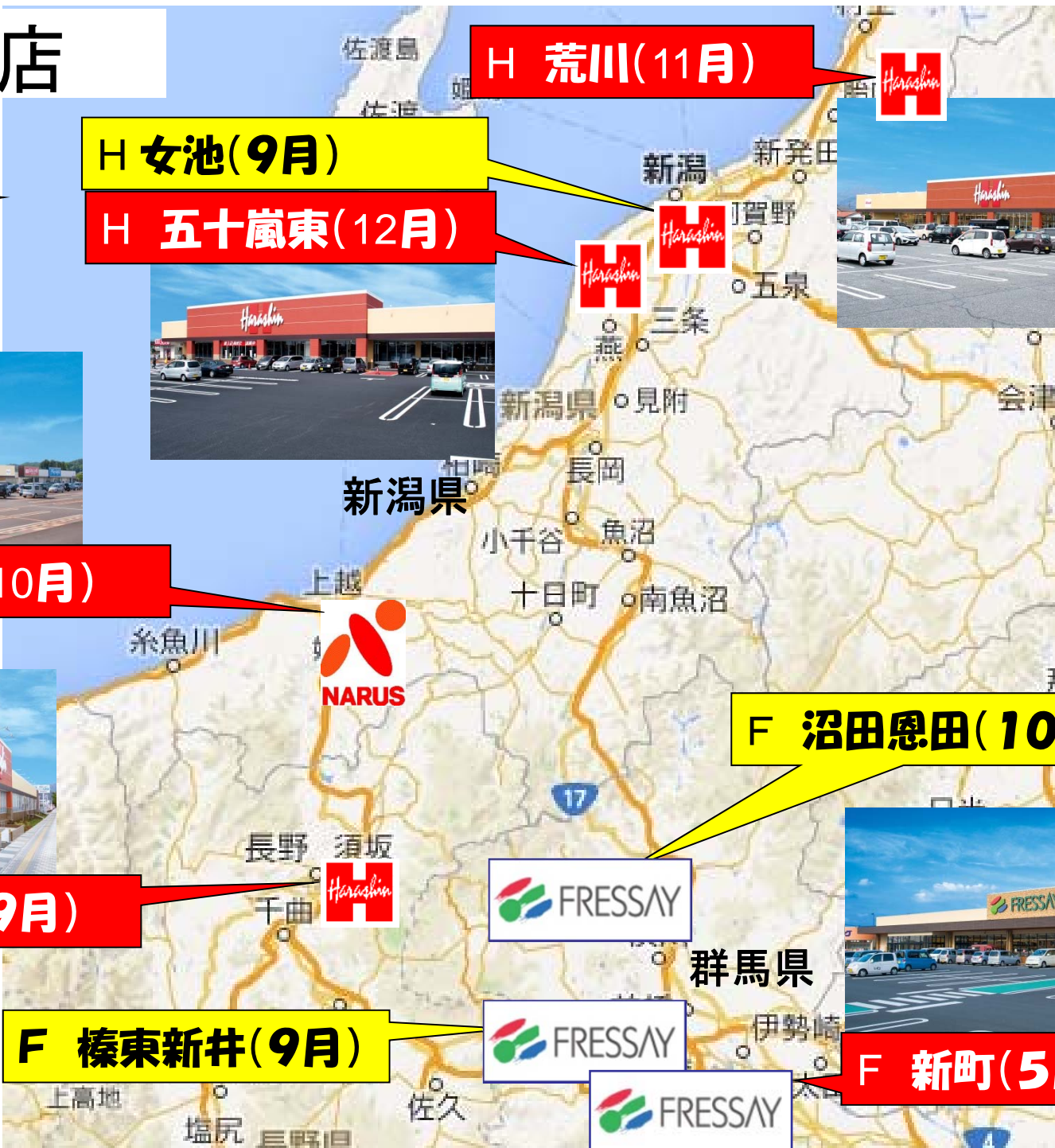
N 南高田(10月)

F 沼田恩田(10月)

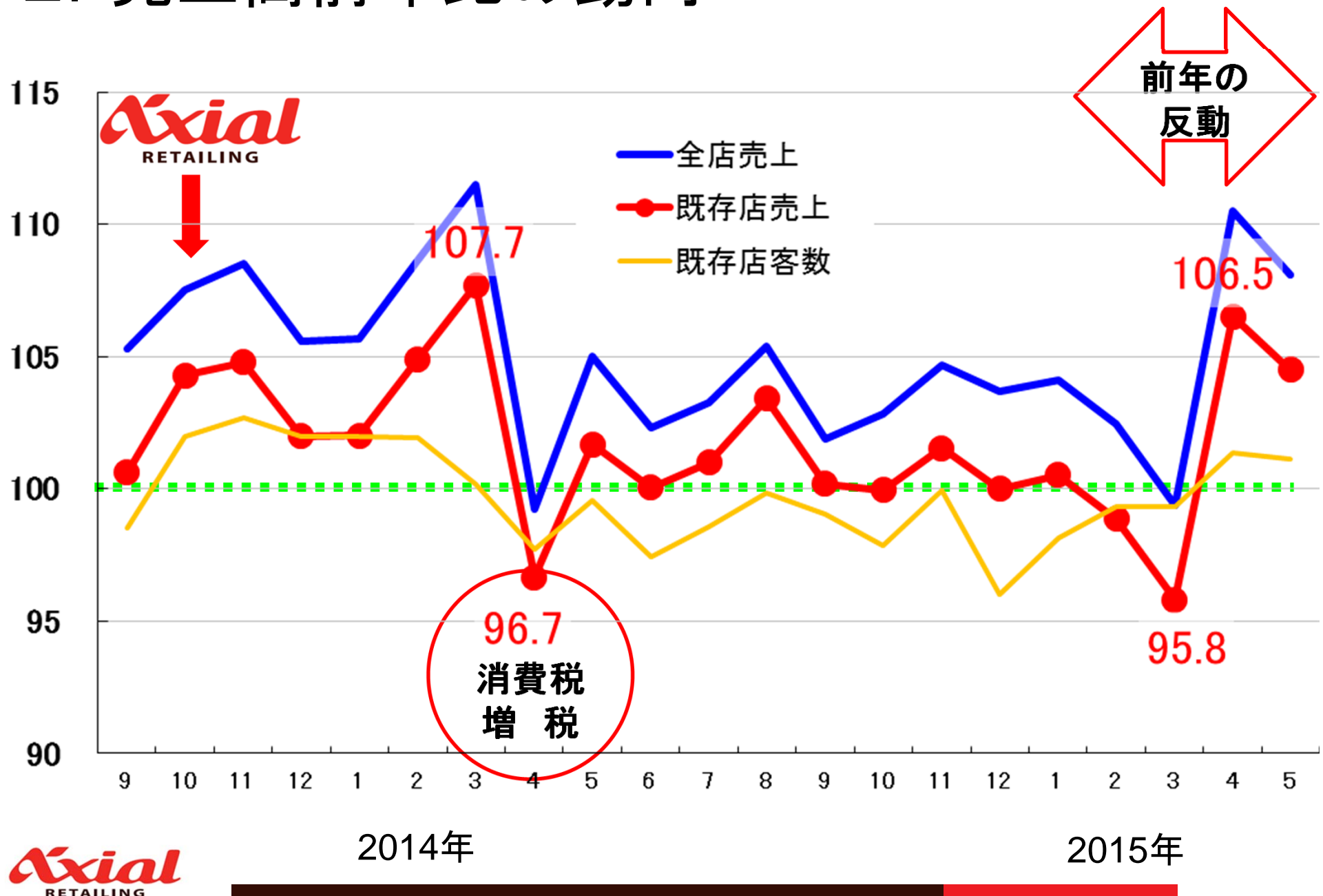
H 篠ノ井東(9月)

F 榛東新井(9月)

F 新町(5月)



2. 売上高前年比の動向



3. 経営の体系

いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

グループ経営理念

我々は
毎日の生活に必要な品を
廉価で販売し、
より豊かな文化生活の実現に
寄与することを目的とする。

グループビジョン

Advanced Regional Chain

アドバンスド リージョナル チェーン

TQMによる実現主要項目

- I 日本一のサービス
- II SSM200店舗
- III 信頼構築 ←

企業風土づくり

1. 生涯設計
2. 企業市民
3. 安定経営
4. 公正取引

中期経営計画(2015～2017)

出店政策	<ul style="list-style-type: none"> ・ドミナントエリアの深耕、新規出店エリアの軌道化 ・スクラップ&ビルドの推進
商品政策	<ul style="list-style-type: none"> ・原信ナルス:ニューコンセプトパートⅡの進化と既存店適用 ・フレッセイ:新しいMD政策の確立 ・製造段階からの一貫した商品化計画の推進
店舗 オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> ・時間帯別の最適売場を実現する人員配置、作業 ・在庫保管型物流センター、自動発注の活用 ・週間管理(ウィークリーマネジメント)のレベル向上
ロジスティクス 全体最適	<ul style="list-style-type: none"> ・フレッセイ新センターの開設 ・製造子会社ローリーの機能拡充
情報システム 基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> ・基幹システム共有化 ・管理会計などマネジメント系システム統一

数値目標

	2015年度	2016年度	2017年度	3ヶ年計
売上高	2,180億	2,257億	2,290億	投資150億
店舗数	127店舗	128店舗	130店舗	開店 13 閉店 7

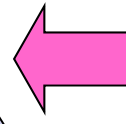
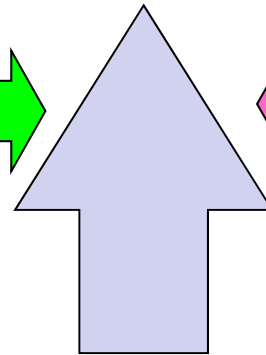
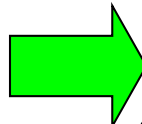
経営理念

VISIONの実現

お客様へチェーンストアの「ご利益」を提供する

規模：スケールメリット

PB開発、産地開発
商品、資材などの価格



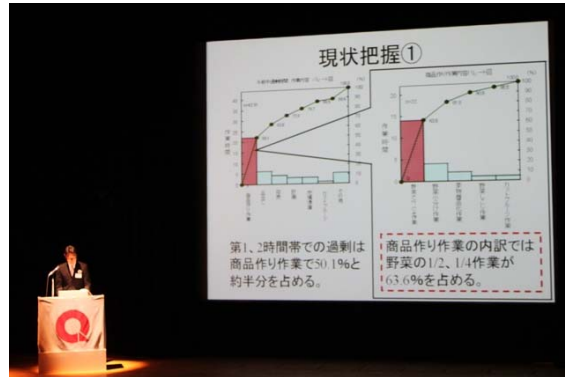
機能：仕組みづくり

ロジスティクス、IT
マネジメントの仕組み

人材：基盤はTQM

QCサークル、SUM(管理職および専門担当)
〈お客様のご満足を目的にQC手法を活用する〉
等級制度、技術訓練、モチベーションが上がる仕組み

サークル活動等の 受賞実績



第1回QCサークル活動優良企業・
事業所表彰受賞（2013年11月）

11年5月	第5278回 新潟大会	川崎店	グロサリー	梅漬け調味料の売上高向上 ＜石川馨 受賞＞	県知事賞
12年5月	第5376回 新潟大会	近江店	ベーカリー	揚げパン分類の製造不良個数を減らそう ＜石川馨奨励賞 受賞＞	県知事賞 会場特別賞
13年2月	第5467回JHS 運営事例選抜	柿崎店	精肉	やる気のバトンリレーで駆け抜ける ～三ツ星ホルスタインサークル成長の歩み～	銀賞 会場特別賞
13年5月	第5478回 新潟大会	新通店	水産	生鮮売場9時のスタンダードレベル実現 ＜石川馨奨励賞 受賞＞	新潟県知事賞 会場特別賞
13年10月	第5530回 新潟大会	ローリー	中之島工場 早朝米飯	おにぎり製造ライン停止回数低減	奨励賞
14年7月	第5600回 全国大会	上越イン ター店	ベーカリー	バターの規格外を減らそう	QCサークル 感動賞
15年1月	第5667回 運営事例選抜	近江店	ベーカリー	離れた心をひとつにつなぐ！ ～ブーラン ジェ・オウミから始まる成長ストーリー～	金賞 感動賞

4. 最近の取り組みについて

① フレッセイ統合後の取り組み

スケールを活かした調達	<ul style="list-style-type: none">・PBのAxialブランドへの切り替えと フレッセイでの販売（87/298品目）・Axial合同商談と販売コンクール・産地の共有化・資材等のコストダウン・資金調達の一歩化
ロジスティクス	<ul style="list-style-type: none">・フレッセイ新ロジスティクスプロジェクトがスタート・ローリーPCコミッサリー計画策定中
ITシステム	<ul style="list-style-type: none">・基幹システムの共有化作業開始・管理会計システムなどの共有化
マネジメント ノウハウ	<ul style="list-style-type: none">・フレッセイでのTQM軌道化・ウィークリーマネジメント、LSPなどの再構築

② PB商品

いっくらし、いっあした。
axial

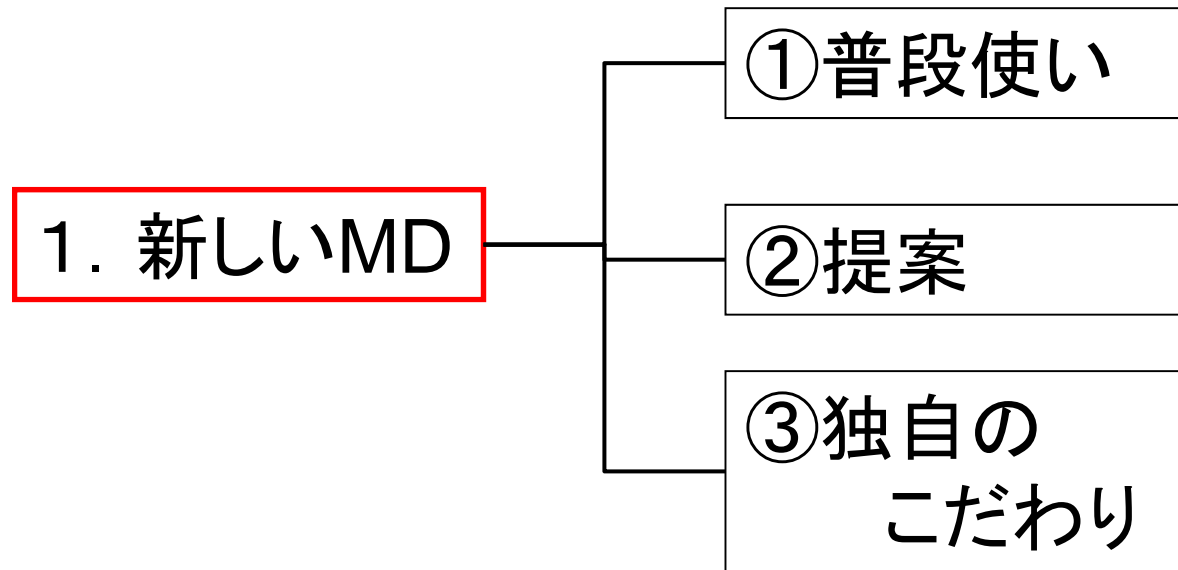
現在 298アイテム 売上高構成比: 8%(原信ナルス)



原信ナルスでは、CGC商品が13%程度
PB+CGC商品の合計構成比は約20%強となります

③ ニューコンセプト part II

毎日の食生活を**豊かに楽しく**
提案できるスーパーマーケット



2. アカ抜けた売り場

ビジュアルMD

3. 生産性の高い売場



おいしいわけ

原信名物

0.6mmの超薄皮

スナミナ 豚肉100% 焼き餃子

トースてきる 国内産豚肉使用

豚肉・野菜の旨みと風味をいかにすよう味付け(塩分・糖分・にんにく)の配合にこだわりました。

国内産キャベツ・ニラ・にん

旨味と甘味がかけあわさって
ろまな広がる

五日春巻

おいしいわけ

- ・たっぷりの旨味は、豚肉・筍・椎茸から。
- ・たっぷりの甘味は、キャベツ・玉ねぎ・人参から。

原信自慢の逸品です。
どうぞ、一度ご賞味ください

手造り

おはぎ

おいしいわけ

- ・北海道産小豆100%使用。
- ・甘さ控えめのあんこ。
- ・粘りの強いもち米

「新潟県産わたぼうし」100%使用。

原信名物

④ DC(在庫保管型センター)について



中之島DC



富山県

長野県

群馬県

新潟県

中之島チルドセンター

上越チルドセンター



DC稼働以降の3ステップ

2013年10月

DC(在庫保管型センター)新設



商品調達力向上とタイムリーな納品体制(毎日納品化)実現
⇒店舗作業量の平準化と、品切れ防止によるお客様満足度向上

2013年12月

棚割管理システム導入

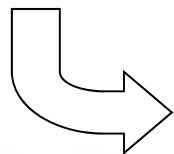


全店の棚割管理レベルを統一 ⇒品揃えの欠落防止とともに、
毎日納品を活用した補充作業効率(頻度)改善

2014年2月導入開始、2014年3月原信全店稼働 2015年度にナルス全店導入予定

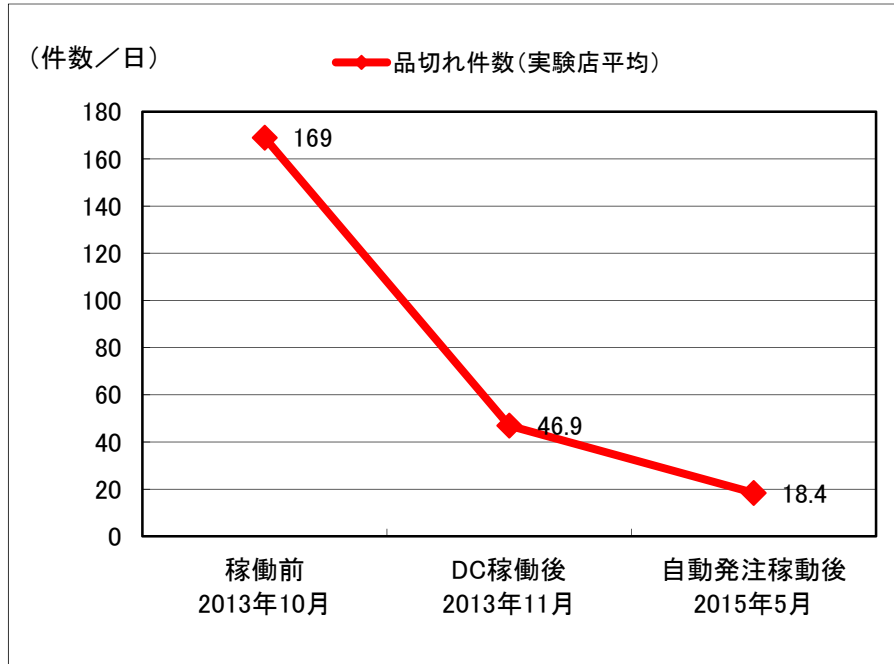
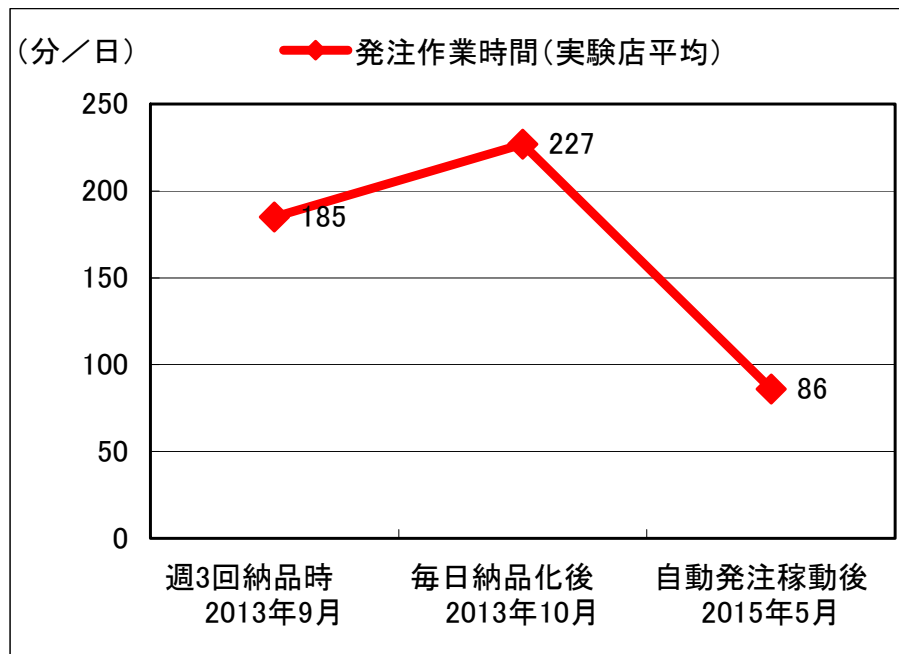
自動発注稼働

店舗の発注作業削減、物量(店舗作業量)平準化、補充頻度削減、
在庫適正化による店舗生産性の改善



お客様満足度向上と生産性との両立

DC稼働、自動発注による効果(実験店データ)



今後の課題

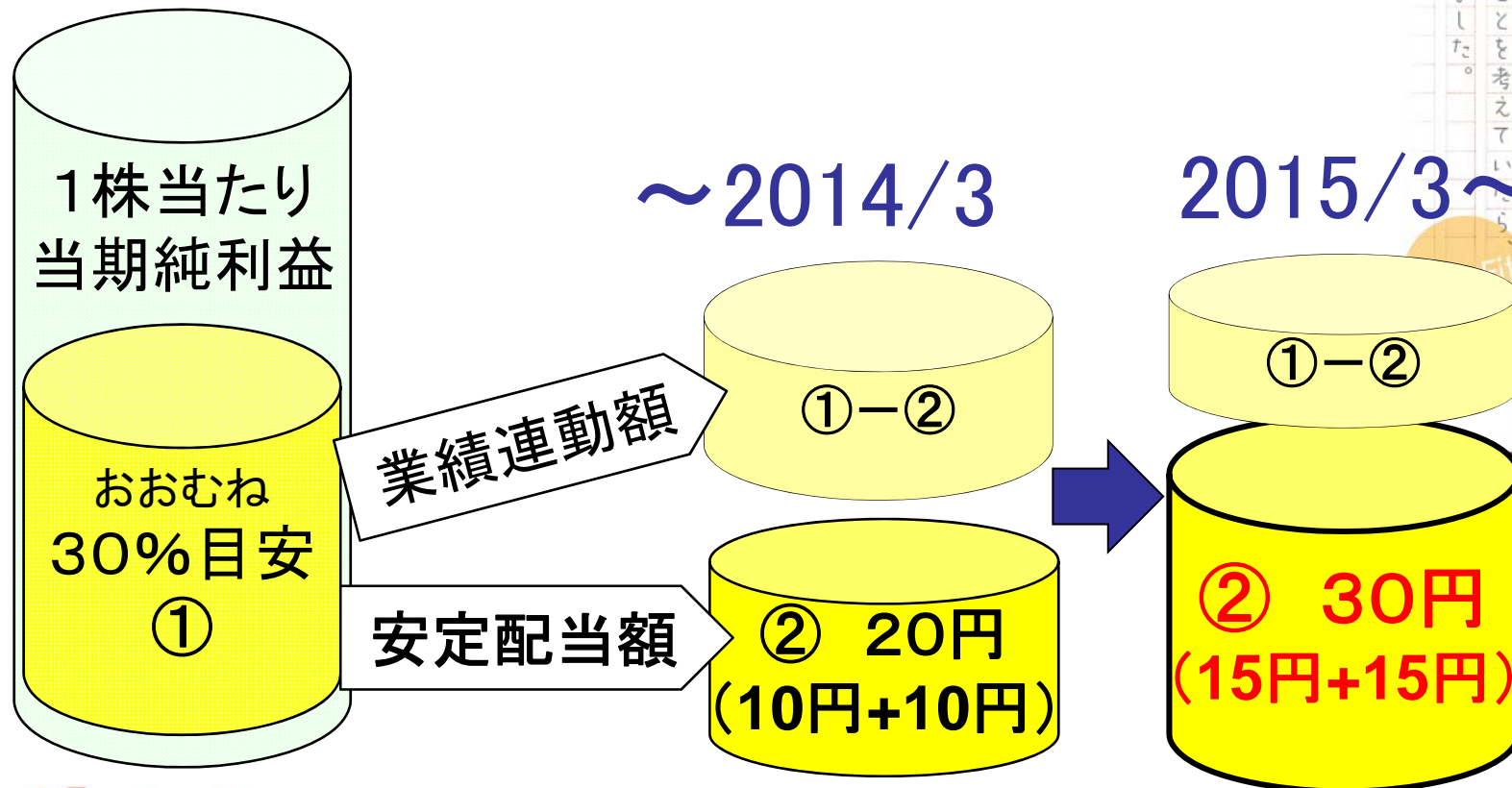
- ・需要予測精度の更なる向上
⇒ お取引先との情報共有、発注業務の効率化
- ・品揃えの拡充と適正な店舗在庫の実現
⇒ お客様への更なるメリット提供と生産性の両立

⑤ 製造加工拠点(株)ローリーの機能拡充



5. 配当政策の変更について

- 1. 安定部分を15円+15円の年間30円に変更
(2014年3月期までは10円+10円の年間20円)
- 2. 配当性向30%目安は変わらず





いい暮らし、いいあした。

Axial
RETAILING

Axial
RETAILING